

DJPage

Handleiding

Bijgewerkt op 22 september 2026

Inhoud

Aan de slag

1. Aan de slag
2. Account en inloggen
3. Teamleden en rollen

Je pagina

1. Pagina-instellingen
2. Uiterlijk aanpassen
3. Links beheren
4. Je eigen domeinnaam

Nieuwsbrieven

1. Lijsten en contacten
2. Een afzender verifiëren
3. Een nieuwsbrief versturen
4. Facturering en credits

Aan de slag

Aan de slag

Hoe pagina's, contacten en nieuwsbrieven samenhangen, en waar je begint.

Welkom bij DJPage. Deze handleiding legt uit hoe alles werkt. Begin hier als je net een account hebt, of gebruik de zoekbalk op de overzichtspagina als je iets specifiek zoekt.

Wat is een pagina

Alles draait om een **pagina**. Een pagina is jouw plek in de app: je openbare profielpagina, je contactenlijsten, je nieuwsbrieven, je afzenders en je facturering horen daar allemaal bij.

Je kunt meerdere pagina's hebben, bijvoorbeeld voor twee bands of twee opdrachtgevers. Linksboven in het menu wissel je tussen pagina's. Wat je op het scherm ziet, hoort altijd bij de pagina die daar geselecteerd staat.

Je kunt ook door iemand anders worden uitgenodigd voor een pagina. Dan zie je die pagina in hetzelfde lijstje staan, met de rechten die de eigenaar je heeft gegeven. Lees daarover meer bij [Teamleden en rollen](#).

De eerste keer inloggen

1. Maak een account aan en bevestig je e-mailadres via de link die je krijgt toegestuurd.
Zonder bevestiging kun je niet verder.
2. Geef je eerste pagina een naam. Die naam bepaalt ook meteen je openbare adres, maar dat kun je later nog aanpassen.
3. Je komt op het dashboard. Daar zie je in één oogopslag je aantal abonnees, je verstuurde nieuwsbrieven, je gemiddelde open- en klikpercentage en hoeveel e-mails je deze maand nog kunt versturen.

Waar je begint

Een pagina kan twee dingen, en de meeste mensen komen voor één ervan binnen. Pak de route die bij jou past; de ander kun je er later altijd bij nemen.

Een openbare pagina maken

1. **Zet je pagina-instellingen goed.** Naam, openbare adres en een korte biografie. Zie [Pagina-instellingen](#).
2. **Pas het uiterlijk aan.** Achtergrond, logo, titel en de opmaak van je knoppen. Zie [Uiterlijk aanpassen](#).
3. **Voeg je links toe.** Je website, socials, streamingprofielen. Zie [Links beheren](#).
4. **Koppel eventueel je eigen domeinnaam.** Hier komen DNS-records bij kijken, dus begin er op tijd mee. Zie [Je eigen domeinnaam](#).

Nieuwsbrieven versturen

1. **Voeg een afzender toe en verifieer die.** Dit duurt het langst, want er komen DNS-records bij kijken en die hebben tijd nodig. Begin er dus als eerste mee. Zie [Een afzender verifiëren](#).
2. **Maak een lijst en zet er contacten in.** Handmatig, via een CSV-import, of door mensen zich zelf te laten aanmelden. Zie [Lijsten en contacten](#).
3. **Stel een sjabloon in.** Kleuren, lettertype, logo en footer. Elke nieuwsbrief erft die opmaak, dus dit doe je één keer goed.
4. **Schrijf en verstuur je nieuwsbrief.** Zie [Een nieuwsbrief versturen](#).

Wat je gratis kunt doen

Je openbare pagina is gratis, met eigen domeinnaam en al. Voor nieuwsbrieven geldt een maandbudget: een gratis account mag er 50 per maand versturen. Alles daarbuiten is onbeperkt, je mag zoveel contacten, lijsten, nieuwsbrieven en sjablonen maken als je wilt. Alleen het aantal verzonden e-mails is begrensd. Zie [Facturering en credits](#) als je meer nodig hebt.

Let op: testmails tellen mee voor je maandbudget.

Bijgewerkt op 21 september 2026

Account en inloggen

Je gegevens, je wachtwoord, tweefactorauthenticatie en de taal van de app.

Je account is persoonlijk en staat los van je pagina's. Je logt in met je e-mailadres en wachtwoord, en je kunt met dat ene account bij alle pagina's waar je lid van bent.

Je gegevens aanpassen

Onder **Instellingen, Profiel** pas je je naam, je e-mailadres en de taal van de app aan. Verander je je e-mailadres, dan moet je het nieuwe adres opnieuw bevestigen voordat je verder kunt.

De taalkeuze geldt alleen voor de app zelf. De taal van je openbare pagina en die van een nieuwsbrief stel je apart in.

Wachtwoord vergeten

Klik op het inlogscherf op de link om je wachtwoord opnieuw in te stellen. Je krijgt een e-mail met een link die een beperkte tijd geldig is. Komt de mail niet aan, kijk dan in je spambox.

Je wachtwoord veranderen terwijl je bent ingelogd kan onder **Instellingen, Beveiliging**. Je huidige wachtwoord is daarbij nodig.

Twefactorauthenticatie

Onder **Instellingen, Beveiliging** kun je twefactorauthenticatie inschakelen. Dat werkt met een authenticator-app op je telefoon, bijvoorbeeld Google Authenticator, 1Password of Bitwarden.

1. Klik op inschakelen. Je krijgt een QR-code te zien.
2. Scan de code met je authenticator-app, of tik de sleutel er handmatig in.
3. Vul de code van zes cijfers in om te bevestigen.
4. **Bewaar je herstelcodes.** Die zijn je enige uitweg als je je telefoon kwijtraakt. Zet ze in je wachtwoordmanager of print ze.

Vanaf dat moment vraagt de app na je wachtwoord om een code. Je herstelcodes kun je later opnieuw bekijken of vervangen; een vervangen maakt de oude codes ongeldig.

E-mailadres bevestigen

Een nieuw account moet binnen een aantal dagen bevestigd worden. Accounts die nooit bevestigd zijn en bij geen enkele pagina horen, worden automatisch opgeruimd. Dat hoort bij de bewaartermijnen in onze privacyverklaring.

Je account verwijderen

Onder **Instellingen, Profiel** staat onderaan de optie om je account definitief te verwijderen. Je moet je wachtwoord invullen om te bevestigen. Dit kan niet ongedaan worden gemaakt.

Ben je eigenaar van een pagina, draag die dan eerst over aan iemand anders of verwijder hem, anders blijft de pagina zonder eigenaar achter. Zie [Teamleden en rollen](#).

Bijgewerkt op 21 september 2026

Teamleden en rollen

Anderen toegang geven tot een pagina en per onderdeel bepalen wat ze mogen.

Een pagina heeft één eigenaar en kan daarnaast zoveel leden hebben als je wilt. Onder **Leden** zie je wie erbij hoort en wat iedereen mag.

Iemand uitnodigen

Klik op uitnodigen en vul het e-mailadres in. De ontvanger krijgt een mail met een link. Heeft diegene nog geen account, dan maakt hij of zij er eerst een aan en komt daarna alsnog bij jouw pagina uit.

Een uitnodiging verloopt na verloop van tijd. Zolang die openstaat kun je hem opnieuw versturen of intrekken.

Rechten per onderdeel

Je zet rechten per lid en per onderdeel. Zo kun je iemand laten meeschrijven aan nieuwsbrieven zonder dat diegene bij de facturering kan.

Onderdeel	Wat je kunt geven
Pagina	Algemene instellingen bewerken, uiterlijk bewerken, links bewerken
Domeinen	Bekijken, primair domein aanpassen, toevoegen en verwijderen

Onderdeel	Wat je kunt geven
Afzenders	Bekijken, volgorde en primair aanpassen, toevoegen en verwijderen
Lijsten	Bekijken, lijsten beheren
Contacten	Contacten beheren
Nieuwsbrieven	Bekijken, nieuwsbrieven beheren
Leden	Beheren
Facturering	Beheren

Er is ook een optie **Alles**, die alle rechten tegelijk geeft, inclusief rechten die er in de toekomst bij komen.

Een lid ziet in het menu alleen de schermen waar hij of zij recht op heeft. Wie geen recht op nieuwsbrieven heeft, ziet dat menu-item dus gewoon niet staan.

Eigenaarschap overdragen

De eigenaar kan de pagina overdragen aan een ander lid. Je wordt daarna zelf gewoon lid, met volledige rechten. Handig als je een pagina overdraagt aan een klant of aan een nieuw bandlid dat de administratie overneemt.

Iemand verwijderen

Verwijder een lid en de toegang vervalt onmiddellijk. De inhoud van de pagina blijft ongewijzigd: contacten, nieuwsbrieven en statistieken horen bij de pagina, niet bij het lid.

De pagina verwijderen

Onder **Algemene instellingen** staat onderaan de knop om de pagina definitief te verwijderen. Je moet de naam van de pagina overtypen om te bevestigen. Alles wat erbij hoort verdwijnt mee: contacten, lijsten, nieuwsbrieven, sjablonen, afzenders en statistieken. Dit kan niet ongedaan worden gemaakt. Dertig dagen na het verwijderen wist DJPage die gegevens ook definitief van de servers.

Je pagina

Pagina-instellingen

Naam, openbare URL, taal en biografie van je pagina.

Onder **Algemene instellingen** staat de basis van je pagina: hoe die heet, waar die te vinden is en wat er als korte beschrijving op staat.

Naam

De naam van de pagina zie je terug in het menu en in de app. Voor bezoekers is dit meestal ook de titel op je openbare pagina, afhankelijk van wat je bij [Uiterlijk aanpassen](#) instelt.

Openbare URL

Je pagina krijgt een eigen adres. Dat bestaat uit twee delen: het basisdomein en je eigen identificator, de slug.

Je kunt kiezen tussen twee vormen:

- als subdomein, bijvoorbeeld `jouwnaam.bandpage.nl`
- als pad, bijvoorbeeld `bandpage.nl/jouwnaam`

Welke vorm je kiest is de **primaire URL**. Bezoekers die de andere vorm gebruiken worden automatisch doorgestuurd naar de primaire, zodat er altijd één adres is dat telt. Dat is ook beter voor Google.

De slug moet uniek zijn en mag alleen kleine letters, cijfers en streepjes bevatten. Een aantal namen is gereserveerd, bijvoorbeeld `help` en `login`. Kies je er zo een, dan krijg je een melding.

Verander je je slug, dan werkt het oude adres niet meer. Heb je het ergens gedeeld, houd daar dan rekening mee.

Wil je een eigen domeinnaam in plaats van een subdomein, zie dan [Je eigen domeinnaam](#).

Taal

De taal van de pagina bepaalt in welke taal je openbare pagina, je aanmeldformulier en je afmeldpagina getoond worden. Dit staat los van de taal van de app, die je per gebruiker instelt bij [Account en inloggen](#).

Een nieuwsbrief kan een eigen taal krijgen die hiervan afwijkt. Handig als je pagina Nederlands is maar je een keer een Engelse mailing stuurt.

Biografie

Een korte beschrijving die op je openbare pagina onder je titel verschijnt. Hou het kort: een paar zinnen leest het prettigst op een telefoon.

Bijgewerkt op 21 september 2026

Uiterlijk aanpassen

Achtergrond, logo, titel, lettertype en de opmaak van je linkknoppen.

Onder **Uiterlijk** bepaal je hoe je openbare pagina eruitziet. Elke wijziging is meteen zichtbaar nadat je hebt opgeslagen; met de knop om je pagina te bekijken open je hem zoals bezoekers hem zien.

Achtergrondafbeelding

De foto die de hele pagina vult. JPEG, PNG of WebP, tot 10 MB.

Kies een rustige foto: er komt tekst overheen. Een druk beeld met veel contrast maakt je titel en links slecht leesbaar. Denk ook aan de telefoon, waar de foto veel smaller wordt uitgesneden dan op een laptop. Het midden van de foto is wat vrijwel altijd zichtbaar blijft.

Logo

Een vierkante afbeelding, JPEG of PNG, tot 5 MB. Verschijnt boven je titel. Heb je geen logo, dan laat je dit gewoon leeg.

Titel

Je kunt de titel tonen of verbergen. Toon je hem, dan kies je:

- **Lettertype.** Er is een reeks webfonts beschikbaar, plus de optie om het systeemlettertype van de bezoeker te gebruiken. Dat laatste laadt het snelst.
- **Positie.** Waar de titel op de pagina staat.
- **Kleur.**

Staat je naam al groot in je achtergrondfoto of je logo, dan is de titel verbergen vaak rustiger.

Links

Voor de linkknoppen stel je apart in:

- **Positie.** Waar het blok met links op de pagina staat.
- **Opmaak.** Hoe de knoppen gerangschikt zijn, bijvoorbeeld onder elkaar of naast elkaar.
- **Kleur.** Wordt gebruikt voor de labels en de randen van de knoppen.

Welke links er staan beheer je apart, zie [Links beheren](#).

Een leesbaar resultaat

Een paar dingen die in de praktijk het verschil maken:

- Test je pagina op een telefoon. Daar komt het overgrote deel van je bezoekers vandaan.
- Zet de linkkleur af tegen je achtergrond, niet tegen wat er in je hoofd zit. Licht op donker of donker op licht, niet grijs op grijs.
- Minder links werkt beter dan meer. Wie vijftien knoppen ziet, klikt er meestal geen aan.

Bijgewerkt op 21 september 2026

Links beheren

Knoppen naar je website, socials, e-mailadres of telefoonnummer, met een passend icoon.

Onder **Links** beheer je de knoppen die op je openbare pagina staan. Dit is het deel waar bezoekers op klikken, dus het is de moeite waard om er even over na te denken.

Een link toevoegen

Klik op toevoegen en vul in:

- **De bestemming.** Een website-URL, een e-mailadres of een telefoonnummer. Bij een e-mailadres of telefoonnummer maakt de app er automatisch een werkende link van, zodat een bezoeker meteen kan mailen of bellen.
- **Een titel.** Optioneel. Laat je hem leeg, dan wordt de link zelf getoond. Een eigen titel leest bijna altijd prettiger: "Tickets" is duidelijker dan een lange URL.
- **Een icoon.** Optioneel.

Iconen kiezen

De iconenkiezer heeft een zoekveld en drie groepen: een suggestie op basis van wat je hebt ingevuld, een set algemene iconen, en de merkiconen.

Plak je een Spotify-, Instagram- of YouTube-link, dan wordt het bijbehorende merkicoon meestal automatisch voorgesteld. Zoek je zelf, dan worden de eerste 80 resultaten getoond; typ specifiek als je iets niet ziet staan.

Volgorde

Je sleept links in de volgorde die je wilt. De bovenste knop krijgt in de praktijk verreweg de meeste kliks, dus zet daar wat je echt wilt dat mensen doen. Een tourdatum of een nieuwe release hoort bovenaan, je algemene website meestal niet.

Een link aanpassen of verwijderen

Klik op een bestaande link om hem te bewerken. Verwijderen kan vanuit hetzelfde scherm. Er gaat verder niets verloren: een link is alleen een knop, geen inhoud.

Bijgewerkt op 21 september 2026

Je eigen domeinnaam

Je pagina bereikbaar maken op je eigen domein, met de juiste DNS-records.

Heb je een eigen domeinnaam, dan kun je je pagina daarop laten draaien in plaats van op een subdomein. Onder **Domeinen** regel je dat.

Je hebt hiervoor toegang nodig tot het DNS-beheer van je domein. Dat zit bij de partij waar je het domein hebt geregistreerd, bijvoorbeeld TransIP, Versio, Hostnet, Cloudflare of GoDaddy.

Een domein toevoegen

1. Vul je domeinnaam in, bijvoorbeeld `jouwband.nl`. Zonder `https://` en zonder `www`.
2. Wil je dat `www.jouwband.nl` ook werkt, vink dan de optie aan om www mee door te sturen.
3. Voeg het domein toe. Je krijgt de DNS-records te zien die je moet instellen.

Alleen het kale domein wordt ondersteund, tenzij je de www-doorstuuroptie aanvinkt.

De DNS-records instellen

Zet de getoonde records klaar bij je DNS-beheerder. De app toont per record het type, de host en de waarde, met een kopieerknop bij elk veld.

Elk DNS-paneel schrijft records net iets anders op. Sommige willen de hostnaam zonder je domeinnaam erachter, andere juist met, en sommige willen een punt aan het eind van een waarde. Daar zitten schakelaars bij om de notatie aan te passen; vergelijk met de records die er al staan en zet de schakelaars zo dat het bij jouw paneel past. Wat je kopieert verandert meteen mee.

Staat er al een record op dezelfde plek, dan krijg je dat te zien. Laat dat dan staan; ons record is alleen nodig als er nog niets is.

Wachten op DNS

DNS-wijzigingen kunnen tot 48 uur duren voordat ze overal ter wereld actief zijn. In de praktijk gaat het meestal een stuk sneller, vaak binnen een uur.

Zodra de records kloppen, wordt je domein op de server klaargezet en wordt automatisch een SSL-certificaat aangevraagd, zodat je pagina via `https://` bereikbaar is. Tijdens dat klaarzetten zie je de status **Wordt aangemaakt**; je kunt het domein dan even niet verwijderen. Probeer het een paar minuten later opnieuw.

Kloppen de records nog niet, dan krijg je een melding met het adres waar het A-record naartoe moet wijzen. Controleer het record en probeer het opnieuw.

Het primaire domein kiezen

Heb je meerdere domeinen, dan wijs je er één aan als **primair**. Dat is het adres dat officieel telt. Bezoekers die via een van de andere adressen binnenkomen worden automatisch doorgestuurd naar het primaire.

Dat doorsturen is er niet voor de sier: zoekmachines behandelen twee adressen met dezelfde inhoud anders als niet duidelijk is welke de echte is.

Een domein verwijderen

Verwijder een domein en je pagina is er direct niet meer op bereikbaar. De DNS-records bij je provider verdwijnen niet vanzelf; die haal je zelf weg als je het domein voor iets anders gaat gebruiken.

Bijgewerkt op 21 september 2026

Nieuwsbrieven

Lijsten en contacten

Contacten verzamelen en groeperen, importeren, en mensen zich zelf laten aanmelden.

Een **contact** is iemand die je nieuwsbrieven kan ontvangen. Een **lijst** is een groep contacten. Je verstuurt altijd naar een lijst, nooit naar losse contacten, dus je hebt er minstens één nodig.

Eén contact kan in meerdere lijsten zitten. Iemand kan zich voor de ene lijst afmelden en voor de andere aangemeld blijven.

Lijsten

Onder **Lijsten** maak je ze aan. Een lijst heeft een naam, en je ziet er meteen bij hoeveel contacten erin zitten en hoeveel mensen zich hebben afgemeld.

Twee opties zijn het vermelden waard:

- **Testlijst.** Verstuur je naar een testlijst, dan blijft de nieuwsbrief daarna op concept staan in plaats van op verstuurd. Zo kun je een echte verzending naar een klein groepje doen zonder dat je nieuwsbrief daarna op slot gaat.
- **Afmeldlink verbergen.** Alleen voor lijsten waarvoor geen wettelijke afmeldplicht geldt, bijvoorbeeld een interne lijst met je eigen bandleden. Voor marketingmail is een afmeldlink wettelijk verplicht. Gebruik dit dus niet om je afmeldpercentage laag te houden.

Per lijst kun je ook een omschrijving in het Nederlands en het Engels instellen. Die tekst verschijnt als koptekst boven het aanmeldformulier.

Contacten toevoegen

Er zijn drie manieren.

Handmatig

Onder **Contacten** voeg je iemand toe met e-mailadres, voornaam en achternaam, en koppel je hem of haar aan een of meer lijsten.

Importeren uit een CSV

Upload een CSV met kolommen voor e-mailadres, voornaam en achternaam. Je krijgt eerst te zien hoeveel geldige adressen er gevonden zijn, en pas daarna importeer je echt.

Bij het importeren kies je aan welke lijsten de contacten worden gekoppeld. Adressen die zich eerder hebben afgemeld worden overgeslagen; die krijg je er dus niet per ongeluk weer in. Na afloop zie je precies hoeveel er zijn toegevoegd, hoeveel er al in stonden en hoeveel er zijn overgeslagen.

Mensen zich zelf laten aanmelden

De nettste manier, en de manier die de beste lijst oplevert. Elke lijst heeft een eigen **aanmeldlink** die je overal kunt delen.

Het aanmelden werkt met dubbele bevestiging: iemand vult zijn e-mailadres in, krijgt een mail met een bevestigingslink, en staat pas op de lijst nadat hij daarop heeft geklikt. Daarna kan hij optioneel zijn naam invullen. Zo weet je zeker dat het adres bestaat en dat de eigenaar het zelf heeft aangemeld.

Het formulier op je eigen website

Wil je het aanmeldformulier op je eigen site, dan zijn er drie varianten, allemaal te vinden bij de lijst zelf:

- **Script.** Plak de scripttag op de plek waar het formulier moet komen. Er wordt geen opmaak opgelegd, dus je eigen CSS bepaalt hoe het eruitziet.
- **Script in de head.** Voor CMS'en die geen scripttags in de body toelaten. De eerste tag gaat in de `head` van je template, de tweede op de plek van het formulier.
- **Iframe.** Een zelfstandig kader met een transparante achtergrond, zodat de achtergrond van je eigen site zichtbaar blijft.

Bij de iframe pas je `lang=nl` of `lang=en` aan om de taal te kiezen.

Wie staat er op een lijst, en hoe is die erop gekomen

Klik in het lijstoverzicht op het aantal contacten van een lijst, dan opent het contactenoverzicht met die lijst als filter. Je ziet dan per persoon de bron, de datum van aanmelding en, als iemand weg is, de datum en reden van afmelding. Die drie kolommen

verschijnen alleen zolang je op een lijst filtert, want buiten een lijst betekenen ze niets.

De bron vertelt hoe iemand op de lijst is gekomen:

- **Aanmeldpagina:** via de aanmeldlink van de lijst, met bevestiging per mail.
- **Formulier op eigen site:** via het script of de iframe op je eigen website, ook met bevestiging per mail.
- **Import:** uit een CSV-bestand.
- **Handmatig toegevoegd:** door jou of een teamlid toegevoegd in DJPage.
- **Toch aangemeld gebleven:** iemand klikte op de afmeldlink en koos daarna alsnog om te blijven.

Bij een afmelding zie je op dezelfde manier waar die vandaan kwam: de afmeldpagina, de afmeldknop in de mailclient, afmelden voor alles, een onbestelbaar adres, een spamklacht, of handmatig door jou.

Je kunt binnen die lijst filteren op bron, en de selectie exporteren als CSV inclusief alle datums en redenen. Zo zie je in een paar klikken wie zich via het aanmeldscherm hebben aangemeld, en wie zich via de mail hebben afgemeld.

Lidmaatschappen van voor september 2026 hebben geen bron: die staan op **Onbekend**. Dat is geen fout, die informatie was toen nog niet vastgelegd.

Contacten beheren

In het contactenoverzicht kun je zoeken, sorteren en filteren op lijst. Dit is het enige contactenscherf: filter je op een lijst, dan gedraagt het zich als het ledenoverzicht van die lijst. Per contact zie je aan welke lijsten hij of zij gekoppeld is, en kun je dat aan- of uitzetten. Beweeg over een lijstlabel om de status, de bron en de datum te zien. Is iemand afgemeld, dan staat er ook bij welke reden die daarbij opgaf, als die gekozen is. Filter je op een lijst, dan verschijnt de bron als aparte kolom.

Let op: haal je in het bewerkvenster het vinkje bij een lijst weg, dan verdwijnt het hele lidmaatschap, inclusief de bron en de datum van aanmelding. Wil je alleen iemand afmelden zonder die geschiedenis te wissen, klik dan op het lijstlabel in het overzicht.

Iemand die zich voor **alles** heeft afgemeld krijgt een duidelijk label. Die persoon ontvangt geen enkele nieuwsbrief meer van je pagina, ongeacht de lijsten waar hij in staat. Dat is bewust: het afmelden respecteren is niet optioneel.

Adressen die hard bouncen of een spamklacht indienen worden automatisch onderdrukt. Dat beschermt je afzenderreputatie, en daarmee of je mail überhaupt nog aankomt.

Een verkeerd getypt adres herstellen

Een onderdrukt adres blijft onderdrukt, ook als je het adres daarna corrigeert. Dat is met opzet: DJPage weet niet of het nieuwe adres beter is dan het oude, en nog een bounce kost je opnieuw reputatie.

Open je een onderdrukt contact, dan staat bovenin waarom het geblokkeerd is en sinds wanneer. Ging het om een **onbestelbaar** adres en typ je een ander adres in, dan verschijnt daar het vinkje **Blokkade opheffen**. Zet je dat aan en sla je op, dan is het contact weer gewoon ontvanger: de blokkade verdwijnt en de lidmaatschappen die door de bounce stil kwamen te liggen staan weer op aangemeld.

Vink het alleen aan als je zeker weet dat het nieuwe adres klopt. Ging het contact vrijwillig van een lijst af voordat het adres bouncede, dan blijft die afmelding staan: die ging over jouw mail, niet over een typefout.

Bij een **spamklacht** krijg je die keuze niet. Die blokkade hoort bij de persoon en niet bij het adres, en iemand die op "dit is spam" drukte wil geen mail van je, op welk adres dan ook.

Had je die persoon al een nieuwsbrief gestuurd die bouncede, dan telt die nieuwsbrief hem daarna weer mee bij **versturen naar nieuwe contacten**. Hij heeft hem immers nooit gekregen.

Filteren op status

De kolom **Status** vat per contact samen of je er nog naartoe kunt mailen, en daar kun je ook op filteren:

- **Actief:** staat op minstens één lijst aangemeld.
- **Afgemeld:** uitgeschreven. Filter je op een lijst, dan gaat het om die ene lijst; filter je niet, dan om je hele pagina.

- **Onbestelbaar:** het adres bestaat niet of weigert je mail definitief. Automatisch onderdrukt.
- **Spamklacht:** gemarkeerd als spam. Ook automatisch onderdrukt.
- **Tijdelijk geweigerd:** de mailbox weigerde een bezorging, bijvoorbeeld omdat hij vol zat of omdat de server even plat lag. Zulke adressen blijven gewoon actief en worden niet onderdrukt. We tonen ze alleen, zodat je zelf kunt kijken of eentje blijft terugkomen. Het aantal staat als geel label achter de status.

Openen en klikken

Heb je een nieuwsbrief verstuurd met registratie van openen of klikken aan, dan zie je in de kolom **Geopend / geklikt** wanneer iemand voor het laatst een van je nieuwsbrieven opende, en daaronder wanneer er voor het laatst op een link geklikt is. Je kunt filteren op wie wel heeft geopend of geklikt, en op wie dat nooit deed.

Lees die filters met een korrel zout. Onder **nooit geopend** en **nooit geklikt** vallen ook mensen die nog nooit een nieuwsbrief van je kregen, nieuwsbrieven die je zonder die registratie verstuurde, en verzendingen van langer dan 180 dagen geleden. Opens zijn sowieso een indicatie en geen exacte meting, omdat mailprogramma's beelden vooraf laden of juist blokkeren. Een klik is harder bewijs dan een open.

Open je een contact, dan zie je onderin de laatste nieuwsbrieven die naar dat adres gingen, met per nieuwsbrief wat ermee gebeurde en wanneer die geopend of aangeklikt werd. Die historie bewaren we 180 dagen; daarna blijven alleen de totalen per nieuwsbrief over.

Gegevens exporteren

Je kunt de gegevens van één contact exporteren, of van al je contacten tegelijk. De export van één contact is meteen wat je nodig hebt als iemand een inzageverzoek doet onder de AVG, en bevat ook per lijst de bron van de aan- en afmelding. Ook de verzendhistorie zit erin, met per nieuwsbrief wat ermee gebeurde en welke links het contact aanklikte.

De export van alle contacten heeft een extra kolom met per lijst de bron. Wil je meer detail, zoals de losse datums en de afmeldreden, filter dan eerst op een lijst en exporteer daarna: de export volgt je filters en krijgt er de kolommen van dat lidmaatschap bij.

Een afzender verifiëren

Het e-mailadres instellen waarvandaan je verstuurt, en waarom DNS daarbij hoort.

Voordat je kunt versturen heb je een **afzender** nodig: het e-mailadres dat in de van-regel van je nieuwsbrief komt te staan. Dat adres moet geverifieerd zijn.

Begin hier vroeg mee. De verificatie hangt af van DNS-records, en die hebben tijd nodig. Alle andere voorbereiding kun je ondertussen gewoon doen.

Waarom dit nodig is

Zomaar mail versturen namens een adres dat niet van jou is, is precies wat spammers doen. Daarom controleren Gmail, Outlook en de rest of de verzender aantoonbaar bij het domein hoort. Doe je dat niet, dan belandt je nieuwsbrief in de spambox of wordt hij helemaal geweigerd.

Door de DNS-records te zetten geef je dat bewijs. Je mail wordt digitaal ondertekend en teruggestuurde mail komt op de juiste plek terecht.

Een afzender toevoegen

1. Ga naar **Afzenders** en voeg er een toe. Vul de naam in die ontvangers moeten zien, en het e-mailadres.
2. Je krijgt een bevestigingsmail op dat adres. Klik op de link erin. Daarmee toon je aan dat je de mailbox beheert. De status is tot dat moment **Wacht op bevestiging**.
3. Daarna start de DNS-verificatie en krijg je de records te zien die je moet instellen.

Komt de bevestigingsmail niet aan, dan kun je hem opnieuw laten versturen. Kijk ook even in de spambox.

De DNS-records

Er zijn twee soorten records:

- **DKIM-ondertekening.** Hiermee wordt elke mail digitaal ondertekend, zodat de ontvangende server kan controleren dat de inhoud onderweg niet is aangepast en echt van jouw domein komt.

- **Bounce-subdomein.** Een apart subdomein waarop teruggestuurde mail binnenkomt. Standaard is dat `send` ; gebruik je dat al voor iets anders, dan kun je een ander voorvoegsel kiezen. Technisch wordt dit als Return-Path ingesteld.

Zet deze records bij je DNS-beheerder. Net als bij [je eigen domeinnaam](#) zitten er schakelaars bij om de notatie aan te passen aan je DNS-paneel, en is er een knop om alles in één keer te kopiëren.

Wachten en controleren

Verificatie gebeurt automatisch, maar je kunt met de knop **Status controleren** direct laten kijken of de records al gevonden worden. De status doorloopt deze stappen:

Status	Wat het betekent
Wacht op bevestiging	De bevestigingslink in de mail is nog niet aangeklikt
Verificatie in behandeling	De records worden gecontroleerd
Geverifieerd	Klaar voor gebruik, je krijgt hier een mail van
Verificatie mislukt	De records zijn 72 uur lang niet gevonden

Bij **Verificatie mislukt** is er niets stuk: de controle is alleen gestopt. Zet de records alsnog goed en start de verificatie opnieuw met de knop bij de afzender.

Meerdere afzenders

Je kunt er meer dan één hebben, bijvoorbeeld `nieuws@jouwband.nl` en `info@jouwband.nl` . Je sleept ze in volgorde, en de bovenste is de **primaire**: die wordt standaard voorgesteld bij een nieuwe nieuwsbrief.

Praktische tips

- Gebruik een adres op je eigen domein. Een gratis Gmail- of Hotmail-adres als afzender kan niet geverifieerd worden, omdat je de DNS van die domeinen niet beheert.
- Verwijder de DNS-records niet nadat je geverifieerd bent. Ze moeten blijven staan, anders werkt het versturen op termijn niet meer.
- Verander je van DNS-provider, controleer dan of deze records zijn meegekomen.

Een nieuwsbrief versturen

Van leeg sjabloon tot verzonden mailing, plus inplannen, opnieuw sturen en statistieken.

Voor je begint heb je twee dingen nodig: [een geverifieerde afzender](#) en [een lijst met contacten](#).

Het sjabloon eerst

Onder **Sjablonen** leg je je huisstijl vast: kleuren voor achtergrond, koppen, tekst, links en knoppen, het lettertype en de gewichten, de breedte van de inhoud, afgeronde hoeken, schaduwen en de dikte van scheidingslijnen. Je stelt er ook je logo, een koptekstafbeelding en de footer in, met je bedrijfsnaam en adres.

In de footer kun je sociale links opnemen. Plak een link naar je Instagram, Spotify of website en het icoon wordt automatisch herkend.

Eén sjabloon kun je als standaard markeren. Elke nieuwe nieuwsbrief begint dan met die opmaak. Dit doe je één keer goed, daarna hoeft je er per mailing niet meer naar te kijken.

De nieuwsbrief opbouwen

Een nieuwsbrief bestaat uit **secties** die je onder elkaar zet en versleept. Er zijn zeven soorten:

Sectie	Waarvoor
Tekst	Gewone alinea's met een kop
Tekst en/of afbeelding	Tekst met een foto ernaast, erboven of eronder
Afbeeldingen	Een galerij in kolommen, optioneel allemaal even hoog bijgesneden, met bijschriften
Knop	Een duidelijke call to action met eigen tekst en URL
Video	Plak een YouTube- of Vimeo-link; de thumbnail wordt automatisch opgehaald

Sectie	Waarvoor
Scheidingslijn / ruimte	Een lijn of gewoon wat lucht tussen twee blokken
HTML	Eigen HTML, voor als je precies weet wat je doet. Onveilige tags worden verwijderd

Links van het voorbeeld staan drie tabbladen: **Inhoud**, **Instellingen** en **Verzenden**. Alles wat je daar invult wordt meteen bewaard, dus een opslaanknop is er niet. Rechts in de tabbalk staat of het bewaard is; tijdens het bewaren zie je dat het bezig is.

Onder **Inhoud** staan de secties en twee velden:

- **Onderwerp.** Wat de ontvanger in zijn inbox ziet staan.
- **Preheader.** De korte previewtekst die de meeste mailprogramma's achter het onderwerp tonen. Laat je hem leeg, dan pakt de mailclient zelf de eerste zin, en dat is zelden wat je wilt.

Onder **Instellingen**:

- **Interne naam.** Alleen voor jezelf, om de nieuwsbrief terug te vinden.
- **Sjabloon.** Welke huisstijl deze nieuwsbrief gebruikt.
- **Taal.** Standaard die van je pagina, maar je kunt hem per nieuwsbrief overschrijven.
- **Deel-link.** Zie "Online bekijken en delen" verderop.

Rechts staat een voorbeeld dat meteen meebeweegt met wat je invult. Met de twee knoppen erboven bekijk je het op de breedte van een computerscherm of van een telefoon. Doe dat ook echt even: de meeste mensen lezen je nieuwsbrief op hun telefoon.

Personaliseren

In je tekst kun je `{voornaam}`, `{achternaam}` of `{naam}` gebruiken. Die worden per ontvanger ingevuld.

Weet je niet van iedereen de naam, gebruik dan een terugvaloptie: `{voornaam|lezer}` wordt "lezer" als de voornaam onbekend is. Zonder terugvaloptie krijg je een lelijk gat in je zin, dus doe dit altijd.

Eerst een test

Stuur een testmail naar jezelf. Bekijk hem op je telefoon, niet alleen op je laptop; daar wordt hij meestal gelezen. Let op de onderwerpregel, de preheader en of je knoppen groot genoeg zijn om met een duim te raken.

Testmails tellen mee voor je maandbudget.

Verzendinstellingen

Onder het tabblad **Verzenden**, links naast het voorbeeld, staat waar de nieuwsbrief heen gaat:

- **Lijst.** Met het aantal abonnees erachter. Bij een herhaalde verzending ligt de lijst vast en kun je hem niet wisselen.
- **Afzender.** Alleen geverifieerde afzenders staan in de lijst.
- **Opens bijhouden** en **kliks bijhouden.** Zet je ze uit, dan verzamel je geen statistieken over wie heeft geopend of geklikt.
- **Links voorzien van campagnelabels**, met de campagnenaam erbij.

De campagnelabels zijn bedoeld voor je eigen statistiekenpakket, bijvoorbeeld op je website. Elke link in de mail krijgt er `utm_source`, `utm_medium` en `utm_campaign` bij, zodat bezoek uit je nieuwsbrief daar herkenbaar binnenkomt in plaats van als "direct". De afmeldlink, de "bekijk online"-link, mail- en telefoonlinks en links naar een plek in de mail zelf blijven ongemoeid, en een link waar je zelf al een label op hebt gezet houdt jouw waarde.

De campagnenaam is standaard de naam van je nieuwsbrief. Je kunt hem hier overschrijven, bijvoorbeeld als je meerdere mailings onder één noemer wilt terugzien. Zodra je verstuurt ligt de naam vast: hernoem je de nieuwsbrief later, dan blijven de links in de verzonden mail hetzelfde en blijven je cijfers kloppen. Wil je andere standaardwaarden voor alle nieuwsbrieven van deze pagina, dan zet je die onder **Campagnelabels** op het nieuwsbriefoverzicht.

Versturen

Druk je op Versturen, dan zie je eerst een samenvatting: naar welke lijst het gaat, om hoeveel abonnees het gaat, welke afzender eronder staat en hoeveel e-mails je deze maand

nog kunt versturen. Heb je te weinig budget, dan zegt de app dat vooraf, met het aantal ontvangers erbij.

Ontbreekt de lijst of de afzender nog, dan zegt het scherm welke van de twee en kun je pas versturen als je het aanvult onder **Verzenden**.

Na het versturen staat de nieuwsbrief op slot. Wil je hem nog een keer sturen in aangepaste vorm, dupliceer hem dan; je krijgt een nieuw concept met dezelfde inhoud.

Later versturen

Zet **Later versturen** aan en kies een moment. De nieuwsbrief krijgt de status Gepland en kan tot dat moment niet worden aangepast. Wil je toch nog iets wijzigen, annuleer dan de planning; de nieuwsbrief gaat terug naar concept en wordt niet verstuurd.

Opnieuw sturen

Bij een verstuurd nieuwsbrief heb je twee extra opties. Allebei bereiken ze alleen de betreffende groep, dus niemand krijgt hem dubbel:

- **Naar wie hem niet opende.** Vaak een tweede onderwerpregel proberen een week later. Dit maakt een kopie die je eerst aanpast, met vooraf het aantal mensen erbij.
- **Naar nieuwe contacten.** Voor mensen die zich pas na de verzending hebben aangemeld. Dit maakt geen kopie: dezelfde nieuwsbrief gaat nogmaals uit, alleen naar hen. Je blijft dus één nieuwsbrief houden, met één set statistieken. Voor je bevestigt zie je wie het zijn. Melden zich later weer mensen aan, dan verschijnt de knop opnieuw.

Online bekijken en delen

Elke nieuwsbrief bevat een "bekijk online"-link, die per ontvanger werkt en de afmeldlink meeneemt.

Wil je je nieuwsbrief op social media delen, maak dan een **deel-link**. Dat is een openbare URL zonder afmeldlink en zonder ontvanger. Nieuwsbrieven zonder deel-link zijn op die manier niet bereikbaar, dus delen is en blijft een bewuste keuze. Je kunt de link altijd weer intrekken.

Statistieken

Na het versturen zie je per nieuwsbrief: ontvangers, verzonden, afgeleverd, bounces, klachten, in afwachting, geopend en geklikt. "In afwachting" is mail waar de ontvangende server nog niets over gezegd heeft. Bij een tijdelijke weigering wordt tot een dag lang opnieuw geprobeerd, daarna valt hij alsnog onder afgeleverd of bounces. Daaronder staan de meest geklikte links, zonder de campagnelabels erachter, zodat je in één oogopslag ziet om welke pagina het gaat. De afmeldlink en de "bekijk online"-link werken per ontvanger, maar staan in die lijst als één regel: "Afmeldlink" en "Online bekijken", met alle kliks erop bij elkaar opgeteld.

Klik op een van die getallen en je ziet wie erachter zitten: de adressen die bouncetten, de klachten, de afgeleverde mail, en bij ingeschakelde registratie ook wie geopend of geklikt heeft. Handig als je wilt weten welke adressen je moet opschonen.

De gegevens per ontvanger worden 180 dagen bewaard. Daarna blijven alleen de totalen per nieuwsbrief staan en is de lijst met adressen leeg. Dat is bewust: we bewaren niet langer dan nodig.

Op het dashboard zie je het gemiddelde open- en klikpercentage over al je verzendingen.

Een paar dingen om in het achterhoofd te houden:

- Open-percentages zijn een indicatie, geen exacte meting. Veel mailprogramma's laden beelden vooraf of blokkeren ze juist.
- Kliks zijn betrouwbaarder dan opens. Kijk daarnaar als je wilt weten of iets werkte. Beveiligingssoftware van ontvangers, zoals Microsoft Defender, opent alle links in een mail binnen een paar seconden na aankomst. DJPage herkent die scans en telt ze niet als klik. Zo'n scanner komt vaak nog een paar keer terug, dus kliks in de vijf minuten na een scan tellen ook niet mee. In de lijst met ontvangers staat dan "Beveiligingsscan" in plaats van een klijktijd.
- Bounces en klachten zijn belangrijker dan beide. Loopt dat op, dan lijdt je afzenderreputatie eronder en komt je volgende mailing minder goed aan.

Verwijder je een verstuurd nieuwsbrief, dan verdwijnen de statistieken mee. Die kun je niet terughalen.

Bijgewerkt op 22 september 2026

Facturering en credits

Je maandbudget, abonnementen, losse credits en je betaalhistorie.

Je betaalt per pagina, en je betaalt voor verzonden e-mails. Contacten, lijsten, nieuwsbrieven en sjablonen zijn onbeperkt.

Eén verzonden e-mail is één ontvanger. Een nieuwsbrief naar 300 mensen kost dus 300 uit je budget. Testmails tellen mee.

Maandbudget en creditsaldo

Er zijn twee potjes, en ze werken anders:

- **Maandbudget.** Hoort bij je abonnement en reset elke kalendermaand. Wat je niet gebruikt, vervalt.
- **Creditsaldo.** Los gekocht, onbeperkt geldig. Wordt pas aangesproken als je maandbudget op is.

Op het scherm **Facturering** en op je dashboard zie je beide staan.

Abonnementen

Plan	Per maand	E-mails per maand
Gratis	€ 0	50
Plus	€ 19	4.000
Pro	€ 29	7.500
Business	€ 49	17.500
Enterprise	€ 79	35.000

Een abonnement is per e-mail goedkoper dan losse credits. Stuur je regelmatig, dan is een abonnement vrijwel altijd voordeliger.

Stap je midden in een maand over, dan wordt er verrekend: je ziet bij de eerste betaling het bedrag staan inclusief de korting voor de resterende periode.

Opzeggen kan altijd. Je houdt toegang tot het einde van de lopende periode; de datum staat erbij.

Credits

Losse bundels, voor als je maar af en toe verstuurt of een keer een grote piek hebt.

Credits	Prijs
500	€ 5
1.000	€ 9
2.500	€ 20
5.000	€ 35
10.000	€ 60
25.000	€ 125

Credits verlopen niet. Ze blijven staan tot je ze gebruikt.

Betalen

Betalingen lopen via Mollie. Beschikbaar zijn iDEAL, creditcard, PayPal, Apple Pay en Google Pay. Welke methodes je precies ziet, hangt af van je apparaat en het bedrag.

Je kiest de betaalmethode in de app zelf, dus je slaat het keuzescherf van Mollie over.

Voor een abonnement wordt een doorlopende machtiging vastgelegd, zodat de maandelijkse verlenging automatisch gaat.

Betaalhistorie

Onderaan het facturering-scherf staat elke betaling met datum, soort (credits, abonnement, of een handmatig toegekend cadeau), bedrag en status.

Als je budget op is

Je kunt dan niet meer versturen. De app zegt dat vooraf, bij het klaarzetten van een verzending, met het aantal ontvangers en het aantal resterende e-mails erbij. Je nieuwsbrief blijft gewoon staan; koop credits of stap over naar een groter abonnement en verstuur daarna alsnog.

Bijgewerkt op 21 september 2026